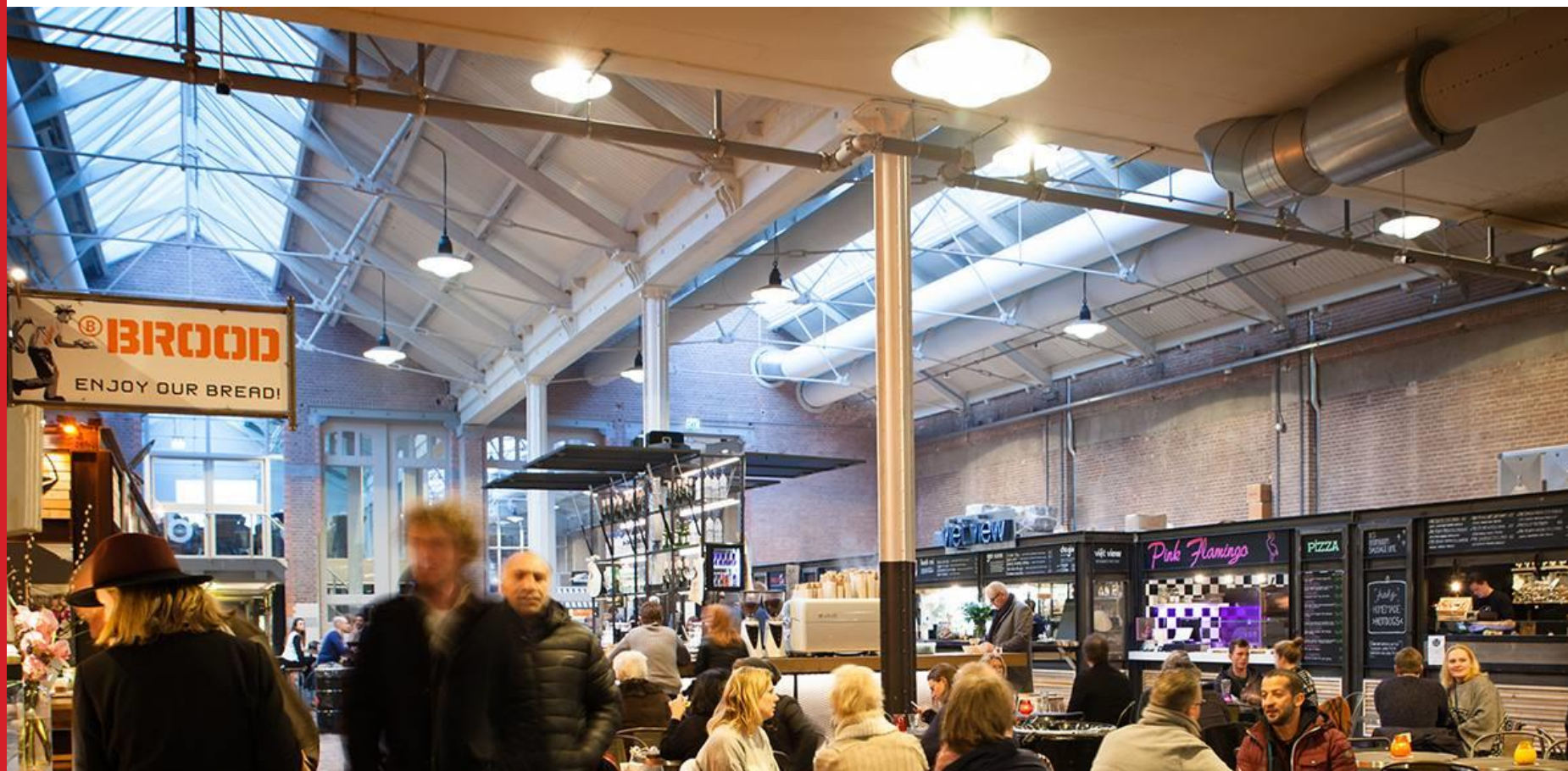


FOODHALLEN

VAN SPRONSEN
& PARTNERS
horeca - advies



BRANCHE IN BEELD

Dit is een publicatie van Van Spronsen & Partners horeca – advies

Jaargang: 2018

Foodhal, een overdekte verzameling van verschillende eetkramen, waar gerechten worden besteld door middel van counterverkoop, en daarnaast beschikt over minimaal één gezamenlijke zitruimte. Daarbij is het hoofd bezoekmotief van bezoekers aan foodhallen eten en drinken.

Foodhal geen markthal

Een foodhal is duidelijk geen versmarkt/markthal, waar 'marktkoopmannen' verse producten verkopen, zoals de Markthal in Rotterdam, The Borough Market in Londen of The Mercado de San Miguel in Madrid.

Foodcourt

Nederland is al jaren bekend met foodcourts, maar een foodcourt is geen markthal. Verschillende winkelcentra, verspreid door het land, beschikken over een foodcourt. Foodcourts zijn speciaal gecreëerde ruimtes voor verschillende eetkramen/restaurants met gedeelde zitplaatsen. Het verschil met een foodhal zit hem in het feit deze ruimtes afhankelijk zijn van winkelend publiek en dus weinig tot geen doelbezoek hebben. Tevens bieden de eetkramen/restaurants een totaal pakket, zowel eten als drinken.

Foodhallen en prijsniveau

In Nederland was de foodhal tot voor kort nog vrij onbekend. Het eerste succesverhaal is van de Foodhallen in Amsterdam. Hier zijn 21 verschillende eetkramen verspreid over de hal met een gezamenlijk zitruimte.

De prijzen van de maaltijden in foodhallen variëren sterk. De kosten voor een maaltijd in een foodhal in Singapore liggen rond de € 2,- tot € 4,-. De Europese foodhallen zijn daarentegen duurder. Hier betaal je voor een gerecht tussen de circa € 5,- tot € 12,-.

Niet alleen in Nederland en Azië kennen we foodhallen. Ook Europa heeft enkele mooie voorbeelden. Zoals Mercado da Ribeira in Lissabon (sinds mei 2014 in de vorm van foodhal) en Mercato Centrale in Florence. Alle Nederlandse voorbeelden van foodhallen zijn uitgewerkt in conceptkaarten, te vinden op pagina's 8 t/m 12.



Foodhal - Singapore

De foodhal kent meerdere afkomsten. Singapore kent al sinds de vijftiger jaren de straatventers ('hawkers'), anders gezegd streetfood. Een straatventer is een koopman die waren op straat te koop aanbiedt. In de voornamelijk stedelijke gebieden verzamelden de straatventers zich en verkochten relatief goedkoop, verschillende maaltijden. Vaak tegen een prijs waar je thuis niet voor kunt koken.

In 1971 werd voor de straatventers de eerste overdekte foodhal ontwikkeld. De foodhal was onderdeel van een overheidsprogramma om straatventers van meer en beter georganiseerde faciliteiten te voorzien. De Yung Sheng Food Center in Jurong leidde tot een flinke vooruitgang in de standaarden van koken. Het gevolg, een behoorlijke toename in het aantal foodhallen. In 2013 telde Singapore circa 107 van deze foodhallen met in totaal circa 15.000 kraampjes (gem. 140 kraampjes per foodhal). In 2016 heeft de eerste 'hawker' een Michelinster ontvangen, hetgeen tekenend is voor de kwaliteit.

Foodcourt - Verenigde Staten

In de Verenigde Staten werd in 1974 voor het eerst een foodcourt succesvol gelanceerd in de Paramus Park Mall. Het idee achter deze foodcourt was het creëren van een gemeenschappelijke picknick met keuze uit verschillende gerechten. De foodcourt bestond destijds voornamelijk uit fastfoodketens met een laag uitvoeringsniveau. De verschillende fastfoodrestaurants bieden zowel eten als drinken aan. Er zijn geen cijfers bekend over het aantal foodcourts.

Foodhal – Nederland

Eind 2014 opende in Nederland de Foodhallen in Amsterdam. Inmiddels is te zeggen dat dit de eerste succesvolle foodhal van Nederland is. Sinds de opening van de Foodhallen in Amsterdam volgden er al snel meer foodhallen. Anno nu telt Nederland 13 foodhallen, verspreid over het hele land, met name in de grote steden. Foodhal Amicitia in Amersfoort moest in 2017, binnen een jaar, de deuren sluiten.



1971 Singapore

- Eerste overdekte foodhal, Yung Sheng Food Center.
- Straatventers verkopen hier relatief goedkoop verschillende maaltijden.



1974 USA

- Eerst succesvolle foodcourt in de Verenigde Staten, Paramus Park Mall.
- Creëren van een gemeenschappelijke picknick met keuze uit verschillende gerechten.



2014 Nederland

- Eerst succesvolle foodhal in Nederland, de Foodhallen.
- 21 verschillende eetkramen met fastfood gerechten vanuit verschillende internationale keukens.



2016 Nederland

- 4 foodhallen.
- Sterk gevarieerd aanbod in aantal keukens en keukenrichtingen.



2018 Nederland

- 13 foodhallen verdeeld over 8 steden, gemiddeld met 14 foodunits.
- Sterk gevarieerd aanbod in aantal keukens en keukenrichtingen.

Verdienmodel foodhal

Het meest gehanteerde verdienmodel van een foodhal is hieronder in het kort toegelicht op basis van ervaringen en contact met verschillende Nederlandse foodhallen.

- Ondernemers van de foodhal exploiteren zelf een centrale bar, bij de verschillende foodunits wordt geen drank verkocht, mits anders afgesproken (zoals speciale smoothies);
- De omzet vanuit de bar komt volledig ten goede aan de ondernemer van de foodhal;
- De verschillende foodunits worden verhuurd aan derden/specialisten;
- De omzet van de foodunit is voor de ondernemer van de foodunit. Vaak komt daarbij dat een deel van de omzet vanuit een foodunit wordt afgedragen voor de huur. Dit betekent een mix tussen een deel vaste huur en een deel omzetafhankelijke huur. Dit geeft de ondernemer van de foodhal een garantie van inkomen om de vaste kosten te dekken. Deze ondernemer is uiteindelijk verantwoordelijk voor de vaste lasten van het gebouw.

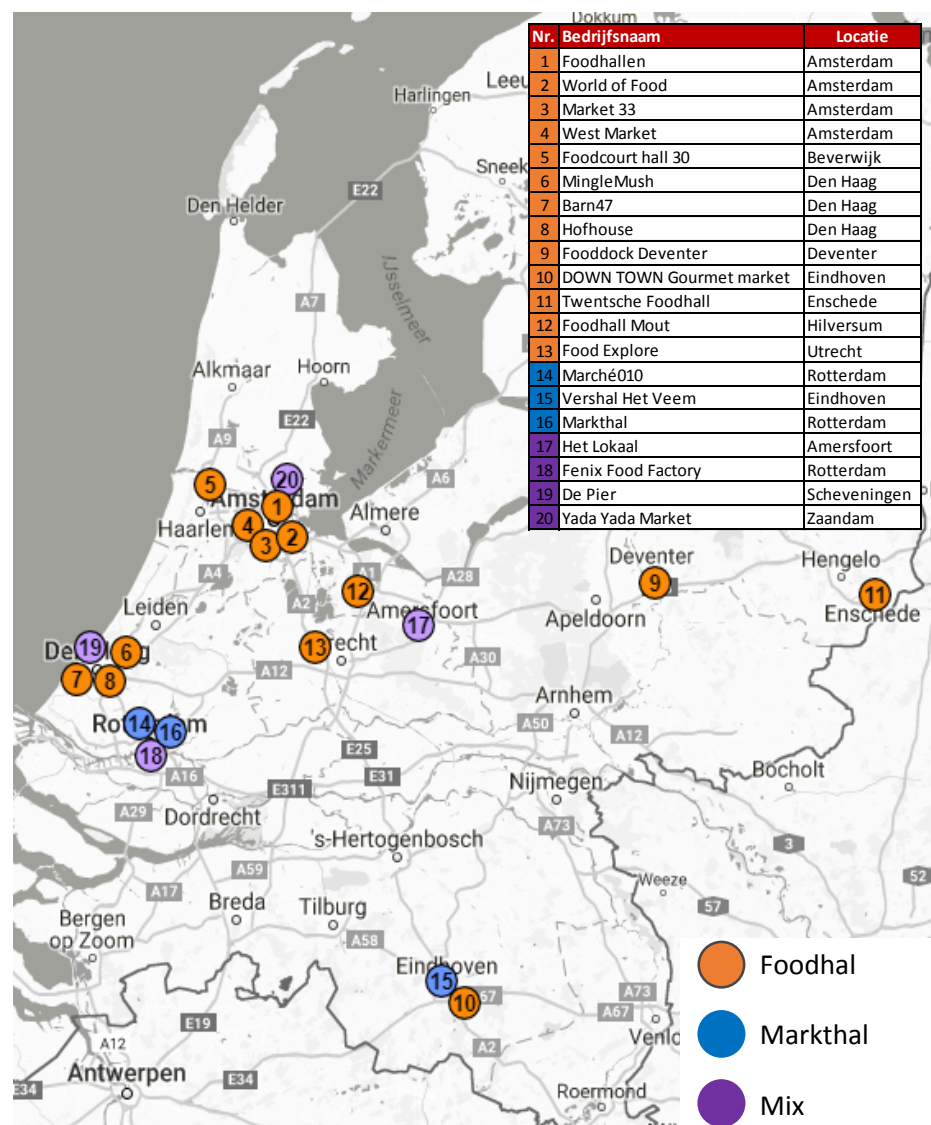
De voor- & nadelen van een foodhal

- Verhuur aan externe partijen betekent dat omzet en rendement van foodverkoop grotendeels bij externe partijen ligt. In de regel beperkt dit het risico voor de ondernemer van de foodhal.
- Het gevaar bij meerdere exploitanten is eventuele spanningen tussen betrokken partijen. Zaken als openingstijden, afbakening van zitplaatsen, nakomen van operationele afspraken en de overall promotie van de ruimte dienen contractueel te worden afgestemd.
- Verhuren aan externe partijen brengt een gevaar van leegstand met zich mee. Zowel voor één als meerdere units op korte of middellange termijn. Belangrijk is een reservelijst met ondernemingen die graag het gat opvullen.
- De ene foodunit is de andere niet. Dit houdt in dat niet elke foodunit even goed draait als de ander. Het gevaar is dat het totaalconcept hierdoor wordt beïnvloedt. Belangrijk hierbij is een testfase met aansluitend een evaluatie met als mogelijke uitkomst beëindiging van de samenwerking met bepaalde foodunits.

Aandachtspunten

- Doelgroep en concepten van de foodunits;
- De juiste balans tussen lunch- & dinerconcepten;
- Totaalbeleving van de hal;
- Duurzaamheid;
- Beperkte zitruimtes;
- Kwaliteitsniveau;
- Locatie eigenschappen;
- Afzuiging;
- Looproutes.

Food- & markthallen in beeld



* versmarkten van supermarktketens zijn buiten beschouwing gelaten.

Foodhal als nieuwe ontmoetingsplek

De foodhal is niet alleen een plek om wat te eten. Het is een plek om te ontmoeten. Waar voorheen de 25+-er koos voor een club of kroeg als ontmoetingsplek, wordt dit langzaam ingenomen door locaties als een foodhal. De muziek, grote bar en de eetkramen maakt dat de foodhal wordt gezien als een avondje uit.

Het voordeel van een foodhal is daarbij dat het qua eten inspeelt op de individuele behoefte van de gast. Ideaal voor vriendengroepen, waar voor ieders smaak wel iets aanwezig is.

Type consument

Onderstaande gegevens zijn afkomstig uit het onderzoek van GFK – ‘Markthal, Foodhal, Foodmarkt en World of Food – potentieel maar ook uitdagingen’. Cijfers over foodhallen zijn afkomstig uit een enquête gehouden onder 700 bezoekers van de Foodhallen Amsterdam en niet representatief voor alle foodhallen. Wel geven de cijfers enig gevoel bij het type gebruiker.

- De foodhallen wordt voornamelijk bezocht door relatief veel jonge bezoekers.
- De populairste dag is de zaterdag, 26% van het totale bezoek vindt plaats op deze dag.
- Het belangrijkste bezoekmoment is na 16:00 uur. Hiermee is het bezoek voornamelijk op de avond georiënteerd.
- De verblijfsduur in de Foodhallen is in de regel langer dan een uur.
- Bezoekers die iets drinken, kiezen in 31% van de gevallen voor een alcoholische consumptie.
- Bijna 90% van de bezoekers verwacht in de toekomst weer opnieuw een bezoek te brengen.
- De Foodhallen doen het vooral qua sfeer goed bij de consument: voor 37% van de bezoekers is de sfeer een reden om er nogmaals terug te komen.
- Ruim 63% van de bezoekers is voorstander van meerdere locaties zoals de Foodhallen Amsterdam toe.



VERDELING VAN DE MARKT

Markthal	Foodcourt	Foodhal
Afgesloten hal met verschillende food- & retail units verzameld onder één naam.	Open gedeelte met diverse fastfood restaurants (laag niveau) met eigen merken.	Diverse food units verzameld onder één dak en één naam.
Voornamelijk gelegen in het centrum van steden.	Gelegen op high traffic locaties als winkelcentra en vliegvelden.	Gelegen op unieke locaties, oude industrieterreinen/tramremises.
Met name gericht op doelbezoek.	Voornamelijk gericht op passanten.	Met name gericht op doelbezoek.
Gericht op counter verkoop, gerechten to go, enkele zitgelegenheden bij restaurants.	Counter verkoop met gezamenlijk zitgedeelte.	Counter verkoop met gezamenlijk zitgedeelte.
Zowel retail- als foodproducten.	Zowel retail- als foodproducten.	Voornamelijk foodproducten, enkele food gerelateerde retail producten.
Verkoop bij foodunits bestaat uit zowel eten, drinken als retailproducten.	Verkoop bij foodunits bestaat uit zowel eten als drinken.	Foodunits verkopen voornamelijk foodproducten. Aparte bar voor drinken.
Retail Horeca	Retail Horeca	Retail Horeca

Markthal, Rotterdam

Schiphol Plaza

Foodhallen, Amsterdam

De Markthal te Rotterdam is een woon- en winkelgebouw met in pandige markthal, gesitueerd tussen de straten Binnenrotte, Hoogstraat en Blaak.

Schiphol Plaza biedt zowel eten en drinken voor onderweg, op het werk als thuis en is daarnaast ook handig voor de snelle boodschap.

De populairste en eerste foodhal van Nederland. Een gezellige sfeer van een warme hippe kroeg met uitsluitend food units.



© Yada Yada Market

Sector	Foodhal
Sinds	Mei 2017
Units	15 units
Oppervlakte	1.400m ²
Locaties	Den Haag, Nederland
Openingstijden	Ma t/m Wo: 10:00-22:00 - Do t/m Vr: 10:00-23:00 - Za: 12:00-23:00 - Zo: 12:00-21:00
Assortiment	Mexicaans, Amerikaans, Libanees, Pizzeria, Aziatisch, Italiaans, Marokkaans, Mediterraan, Thais. Tevens Arcade games, lees/boekenhoek en events.
Website	http://www.minglemush.nl/

Sector	Foodhal
Sinds	April 2017
Units	21 units
Oppervlakte	Circa 1.600m ²
Locaties	Eindhoven, Nederland
Openingstijden	Zo, Di - Do: 12:00-23:00 Vrij - Zat:12:00-00:00
Assortiment	Koffie & sandwiches, Turkse specialiteiten, sushi, taco's, hotdogs, Italiaanse lekkernijen, friet & groente, ijs, Indiaas streetfood, empeñadas, burgers & wings, vis, schaal en schelpdieren, vlees, Vietnamese gerechten, Afghaans streetfood, kaas, bitterballen, Indonesisch eten en Spaanse pintxos.
Website	http://www.downtowngourmetmarket.com



Bron: Horecatrends

Sector	Foodhal
Sinds	Augustus 2017
Units	13 units
Oppervlakte	673 m ³
Locaties	Amsterdam, Nederland
Openingstijden	Zo t/m Vr: 08:00 - 21:00 Za - Zo: Gesloten
Assortiment	10 verschillende foodstands van 10 verschillende keukens. 3 verschillende soorten bars waaronder, juicebar, koffiebar en bar gespecialiseerd in bier.
Website	http://www.market33.nl/

Foodhal

De afgelopen twee jaar is het aanbod van Foodhallen fors gegroeid van 4 naar 13 hallen.

Succes van foodhal

De foodhal in Nederland is een relatief nieuw begrip, dit verhoogt het risico van het succesvol exploiteren. Met name foodhallen waarbij een duidelijke signatuur ontbreekt die aansluit bij de doelgroep, zullen het zwaar krijgen. Het is belangrijk continu de doelgroep in de gaten te houden. Daarnaast is het van belang omzetniveaus en de aantrekkelijkheid van de eetkramen te controleren en voortijdig actie te ondernemen wanneer een concept niet meer aanslaat/aansluit bij de doelgroep.

De verwachting is dat dagkramen met de focus op verkoop van sandwiches en gebak grotendeels verdwijnen uit de foodhallen. Nederlandse foodhallen zijn deels nog gericht op een totaal aanbod. De praktijk wijst uit dat de meeste foodhallen het grootste deel van de omzet in de namiddag en avonden draaien. Lunchgerechten zijn daarbij minder interessant.

De Nederlandse foodhal bevindt zich nog voorin de 'product life cycle'. De foodhal is een ware hype in het horeca landschap. Vanwege het nog jonge succes heeft de foodhal nu met name de hippe 25+-ers als doelgroep. Het succes op de lange termijn wordt mede bepaald door de loyaliteit van de gasten. De hippe horecabezoeker staat echter niet bekend op zijn of haar loyaliteit, deze groep is eerder continu op zoek naar nieuwe concepten.

Concurrentie

De concurrentie, met name in de zomer, zal de komende jaren toenemen. Food(truck) festivals zijn populair en nemen in aantallen toe. Volgens de Kamer van Koophandel steeg in de periode 2011-2016 het aantal kleine cateringbedrijfjes op festivals en evenementen met maar liefst 60% tot een totaal van 8.000. Hoeveel hiervan een foodtruck zijn is onbekend, wel is opvallend dat veel van deze bedrijfjes inspelen op de biologische gezondheidstrend en zich specialiseren in één product. Foodtrucks zijn de voornaamste concurrent van de foodhal vanwege het overeenkomende aanbod en dezelfde doelgroep. Ook voor de mindere maanden, wanneer de meeste foodtrucks al in de garages staan zijn sinds 2015 oplossingen: het overdekte foodtruck festival. Naar verwachting zullen ook deze festivals de komende jaren in aantallen stijgen, ondanks het ook steeds vaker voorkomt dat dergelijke festivals na enkele edities ophouden te bestaan wegens onzekere of onvoldoende inkomsten.

Andere concurrentie lijkt de komende jaren ook te komen van de pop-up foodhallen. Voor het eerst in Nederland gezien in Tilburg (februari 2016). Foodhall 88, was de eerste pop-up foodhal van Nederland. Het vernieuwende en tijdelijke aspect maakt dit concept interessant voor de jonge en hippe doelgroep.

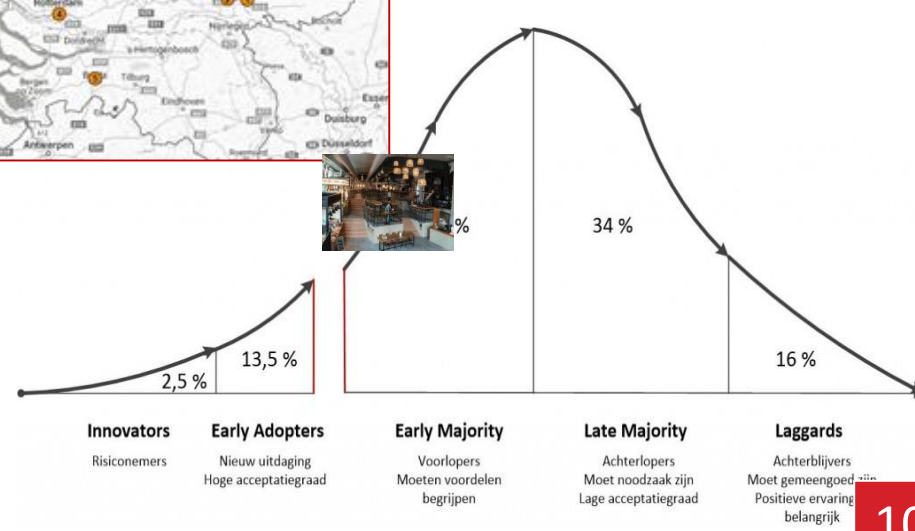
Marktpotentie

Hoeveel ruimte is er nog? Waar we voorheen met name foodhallen in de grote steden zagen, zien we nu dat ook er ook aanbod ontstaat buiten de Randstad. Kijken we alleen al naar de nieuwe plannen voor foodhallen in ons land, de één concreter dan de ander, dan zou het aantal foodhallen de komende twee jaar wel eens richting de 18-19 kunnen groeien. Met name leegstaande gebouwen lijken interessant om een foodhal in te beginnen.



Nr.	Bedrijfsnaam	Locatie
1	Foodhall Arnhem	Arnhem
2	Foodhall Focus	Arnhem
3	De Merckt	Groningen
4	Foodhallen Rotterdam	Rotterdam
5	Foodhall Breda	Breda
6	Foodhall Alkmaar	Alkmaar

*Plannen voor nieuwe foodhallen
(Concreet en minder concreet))*



Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 30 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche.

Naast horeca-advies verzorgt de Van Spronsen & Partners groep horeca-salarisadministratie, horeca-administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing en strategische visies.

Ons bureau voert daarnaast horeca- en leisure onderzoeken uit zoals Meest Gastvrije Stad en het Sauna Onderzoek.

Regelmatig publiceren wij vakgerelateerde blogs, trendpresentaties en brancheboekjes. Kijk voor alle publicaties op www.spronsen.com.



Guido Verschoor

Voor meer informatie, reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Guido Verschoor, senior-adviseur bij Van Spronsen & Partners horeca-advies.

E-mail: guidoverschoor@spronsen.com.

Tel. 071 541 88 67 / 06 41832692

Lees ook de volgende publicaties op spronsen.com:



Inspiratie nodig?

Lees dan ook de verschillende publicaties van onze collega's van horecatrends.com.

